

## MARCO PAFFENHOLZ

- Berater
- Coach
- Trainer
- Vertriebsexperte

## ERFAHRUNGEN

- Prozesse
  - Vertrieb im Verkauf
  - Vertrieb im Service
  - Vertrieb im Teileverkauf
- operative Trainings on the job
  - Ausbildung von Firmenkundenverkaufsberatern im Außendienst
  - Verkaufstraining zur aktiven Bestandskunden- und Marktbearbeitung
  - Telefontrainings für Verkauf und Service
  - Kundenorientierung und der Kunde für`s Leben
  - Verkaufstraining mit emotionaler Nutzenargumentation
  - Verkaufstraining für Verkauf und Service
  - Akquisitionstraining für Firmenkundenverkaufsberater
  - Akquisitionstraining zur Neukundengewinnung
  - Akquisitionstraining auf Managementebene
  - Training Mehr- und Höherverkauf im Service und Teileverkauf
  - Training Mehr- und Höherverkauf im Verkauf
  - Leistungscoaching im Verkauf mit Ergebnisverantwortung
  - Verkaufsleitertraining zur Führung von Verkaufsberatern mit Vertriebskennzahlen
  - Anwendertraining zur Implementierung von DMS-/ CRM-Systemen
  - Motivationstraining Fish! für Führungskräfte und Mitarbeiter
  - praxisorientiertes Produkttraining
  - Enter-Training: Wissenstransfer mit Unterhaltungscharakter
- Beratungen - Vertriebsexpertisen
  - Vertriebsberatung zur Implementierung systematischer Marktbearbeitung
  - Vertriebsberatung zur Implementierung ganzheitlicher Vertriebssteuerung
  - Reorganisation des Firmenkundengeschäftes zur effizienten Ausrichtung des Firmenkundenvertriebs
  - Interimsmanager als Verkaufsleiter zum Aufbau eines Firmenkundenvertriebs
  - Reorganisation von Vertriebscontrolling und -steuerung
  - Beratungen zur Einleitung von Veränderungsprozessen im Werkstattservice und Verkauf, insbesondere im Kundenbeziehungsmanagement
  - Reorganisation im Afters Sales und Teileverkauf
  - Beratung und Begleitung zur Implementierung von DMS-/ CRM-Systemen
  - Reorganisation des Gebrauchtwagen-Managements
  - Reorganisation von Telefonmarketingeinheiten
  - Konzeption von Gesprächsleitfäden für Service, Telefonmarketing und Verkauf
  - Rekrutierung von Vertriebspersönlichkeiten
  - Reorganisation absatzfördernder Marketingmaßnahmen
- Moderation
  - Konfliktgespräche, Vertriebsmeetings, Vertriebstagungen, Workshops



## SPRACHEN

- Deutsch
- Englisch
- Latein

## KLIENTEL

- Mitarbeiter im Kundenkontakt
- Mitarbeiter im Verkauf
- Mitarbeiter im After Sales
- Key Accounts
- Vertriebsleitung
- Geschäftsleitung, Management

## VERTRIEBSFORMEN

- Direktvertrieb
- Empfehlungsvertrieb
- Indirekter Vertrieb
- Multiplikatorenvertrieb
- Online-Vertrieb
- Strukturvertrieb

## AUSZUG REFERENZEN

- Adam Opel AG
- Alfred Pracht Lichttechnik GmbH
- AUDI AG
- Autohandel Gebr. van Eupen GmbH
- Autohaus Louis Dresen GmbH
- Autozentrum West GmbH & Co. KG
- Backwerkservice GmbH
- BASF AG - PerForm Academy
- BMW Unternehmensgruppe Emde
- Elspass Autoland GmbH
- RWE Systems AG
- Saab Deutschland GmbH
- Soloplan GmbH
- UGW AG / UGW Dialog GmbH
- VW/AUDI Unternehmensgruppe Abt+Seitz
- Wilhelm Jonas GmbH & Co.
- diverse Vertragshändler der Marken AUDI, BMW, Citroën, KIA, Opel, Saab und VW

## ERFAHRUNGEN

- operativer Vertrieb seit 1991
- operative Mitarbeiterführung seit 1995
- operatives Management seit 1996
- über 1.800 Einsatztage in verschiedenen Vertriebsprojekten
- diverse DMS- und CRM-Systeme



## BRANCHEN

- Automobil
- Banken
- Call Center / Dialogmarketing
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Getränkeindustrie
- Großhandel
- Software / IT
- Versicherungen

## AUSZUG AUS-/WEITERBILDUNG

- Bankkaufmann, Commerzbank AG
- Akademien A+B, 1. Moderationsakademie für Medien und Wirtschaft Carmen Thomas
- Motivation und Ziele, Nikolaus B. Enkelmann
- Führungstrainings
- Kommunikationstrainings
- Moderatorencoaching, Endemol Entertainment
- NLP-Basiskurse
- Referentenausbildung
- Verkaufstrainings

## PERSÖNLICHKEIT – SOFT SKILLS

- Anstecken und zünden: Begeisterung und Funken
- Leben und vorleben: Leidenschaft und Motivation
- Anpassen und identifizieren: Affinität und Empathie
- Delegieren und führen: Teamfähigkeit und Zielorientierung
- Machen und tun: Aktion und Disziplin
- Entwickeln und planen: Kreation und Kino für Kopf und Herz
- Leisten und realisieren: Produktivität und System
- Denken und zielen: Strategie und Vision

## KOORDINATEN

- Marco Paffenholz  
Haddings Berg 50  
46284 Dorsten – Germany  
Fon +49 (0) 2362 210 96 15  
Fax +49 (0) 2362 210 96 16  
Mobil +49 (0) 171 531 53 83  
E-Mail [kontakt@vertriebsleistung.de](mailto:kontakt@vertriebsleistung.de)  
Web [www.vertriebsleistung.de](http://www.vertriebsleistung.de)



**BERATER · COACH · TRAINER · VERTRIEBSEXPERTE**



## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### COACHING UND TRAINING 1

#### Steigerung der Vertriebsleistung

##### Zielsetzung

- Steigerung der Vertriebsleistung der Vertriebsmitarbeiter/innen
- Steigerung der Vorvertriebsleistung der Mitarbeiter/innen im Telefonmarketing
- Effizienzsteigerung der Vertriebssteuerung zur Potenzialausschöpfung der Bestandskunden, Gewährleistung aktiver Kundenbeziehungspflege und Messung der Vertriebsleistung/Monitoring

##### Ausführung

- Vertriebstraining mit Vertriebsmitarbeiter/innen, insbesondere neue Mitarbeiter/innen
- Telefontraining mit Mitarbeiter/innen im Telefonmarketing
- Telefontraining mit Mitarbeiter/innen im Service
- Konzeption und Realisation zielorientierter Gesprächsstrategien im Telemarketing
- Vertrieblseitercoaching zur Messung der Vertriebsleistung Führung mit Vertriebskennzahlen, Potenzialausschöpfung der Bestandskunden
- Geschäftsleitungscoaching zur Führung der Vertriebsmitarbeiter/innen

##### Ergebnisse

- bis zu 40 % Leistungssteigerung p. a. qualifizierter Interessenten im Telefonmarketing
- bis zu 25 % Leistungssteigerung p. a. realisierter Kundentermine und Präsentationen durch Vertriebsmitarbeiter/innen
- bis zu 20% Umsatzsteigerung p. a.

##### Branche: Software, IT



## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### COACHING UND TRAINING 2

#### Ausschöpfung eines wachsenden Kundensegments

##### Zielsetzung

- Aufbau/Ausbau von vertrieblichen Ressourcen zur systematischen Marktbearbeitung bei ausgewählten Vertragshändlern eines Automobilherstellers
- Sicherstellung kontinuierlicher Vertriebsarbeit im Kundensegment
- Steigerung der Vertriebsleistung im Kundensegment
- Steigerung der Absätze im Kundensegment

##### Ausführung

- Betreuung ausgewählter Vertragshändler eines Automobilherstellers
- Vertriebstraining für Verkaufsberater/innen
- Vertriebscoaching in Kundenakquisition und im Außendienst für Verkaufsberater/innen
- Kontinuierliches Vertriebsmonitoring der jeweils produzierten Vertriebsleistung
- Verkaufsleiter- und Geschäftsleitungscoaching zur Motivation für das Kundensegment
- Verkaufsleiter- und Geschäftsleitungscoaching zur Führung und Steuerung der für das Kundensegment verantwortlichen Verkaufsberater/innen
- Realisation zielführender Marketingmaßnahmen im Kundensegment

##### Ergebnisse Vertriebsleistung

- > 30.000 angesprochene Gewerbebetriebe
- > 21.000 generierte Interessenten
- > 6.000 qualifizierte Interessenten mit konkretem Bedarf, Kaufzeitpunkt
- > 6.500 telefonische Kontakte
- > 8.000 persönliche Kontakte
- > 2.500 Angebote
- > 700 verkaufte Einheiten
- bis zu 20 % Absatzsteigerung p. a. gegenüber Vorjahren bei betreuten Vertragshändlern

##### Branche: Automobil



## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### VERTRIEBSMANAGEMENT

#### Abteilungsaufbau für ein neues Kundensegment

##### Zielsetzung

- Aufbau einer Abteilung zur vertrieblichen Ausschöpfung von Gewerbekundenpotenzialen
- Gewährleistung systematischer Marktbearbeitung mit aktivem Außendienst
- Steigerung der Vertriebsleistung im Segment Gewerbekunden

##### Ausführung

- Ganzheitliche Vertriebsleitung der Abteilung in der Aufbauphase
- Leitung der gesamten Vertriebssteuerung, u. a. mit Einbindung von Marketingmaßnahmen zur Produktion von Vertriebsvorleistung
- Vertriebstraining der beteiligten Verkaufsberater/innen und Mitarbeiter/innen
- Vertriebscoaching der beteiligten Verkaufsberater/innen im Außendienst
- Leistungscoaching der gesamten Abteilung

##### Ergebnisse Vertriebsleistung in neun Monaten

- > 6.000 angesprochene Gewerbebetriebe
- > 4.300 generierte Interessenten
- > 1.200 qualifizierte Interessenten mit konkretem Bedarf, Kaufzeitpunkt
- > 1.250 telefonische Kontakte
- > 1.400 persönliche Kontakte
- > 500 Angebote
- 142 verkaufte Einheiten
- 25 % Absatzsteigerung gegenüber Vorjahr

##### Branche: Automobilhandel



## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### TELEFONTRAINING

#### Effizienzsteigerung der Vertriebsvorleistung

##### Zielsetzung

- Steigerung der quantitativen und qualitativen Vertriebsvorleistung der Callcenter-Agenten
- Quantitative und qualitative Messung der Mitarbeiterleistungen

##### Ausführung

- Kommunikations- und Telefontraining mit Callcenter-Agenten für aktive und emotionale Kommunikation und Nutzenargumentation
- Anpassung/Modifikation zielführender Gesprächsstrategien
- Coaching der Callcenter-Leitung zur Messung der Mitarbeiterleistung, Führung mit Kennzahlen und Rekrutierung geeigneter Mitarbeiter/innen
- Train-the-Trainer mit Callcenter-Coaches für Rückmeldungs- und Zielgespräche mit Agenten und aktives Vorleben zielführender Telefonate

##### Ergebnisse

- bis zu 20 % quantitative Leistungssteigerung generierter Interessenten
- bis zu 40 % qualitative Leistungssteigerung qualifizierter Interessenten mit konkretem Bedarf, Kaufzeitpunkt, usw.

#### Branche: Dialogmarketing, Callcenter



## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### GEBRAUCHTWAGEN-MANAGEMENT

#### Reorganisation des Gebrauchtwagen-Managements

##### Zielsetzung

- Führung des Geschäftsfeldes Gebrauchtwagen als eigenständiges Profitcenter
- Steigerung der Rentabilität im Geschäftsfeld
- Steigerung der Vertriebsleistung durch aktiven Verkauf insbesondere von Langstehern
- Verbesserung des Gesamtergebnisses

##### Ausführung

- modifizierte Einpreisung aller Gebrauchtwagen an marktgängige Preise
- professionelle Gebrauchtwagen Ausstellung mit einheitlicher Preisauszeichnung (auch Finanzraten), repräsentativ aufbereitete Ware, saubere und geordnete Ausstellungsflächen
- Verkäuferwettbewerbe in Symbiose mit aktiver Kundenansprache aus Bestandsadressen
- wöchentliche Verkäufer-Besprechungen
- kontinuierliche Übermittlung des Gebrauchtwagenbestandes an die Verkaufsberater/innen
- schnelle Entscheidungswege durch die verantwortlichen Führungskräfte
- Anpassung der aller relevanten Prozesse für schnelle Entscheidungen, bei Rückläufern aus Finanzierung / Leasing, Inzahlungnahme und Verkauf
- Transparenz abteilungsübergreifender Belastungen
- Vertriebssteuerung mit Selektion von erfolgsversprechenden Bestandsadressen
- Vertriebscontrolling zur Messung der Vertriebsleistung der Verkaufsberater/innen
- Vertriebstraining mit den Verkaufsberater/innen

##### Bestandskennzahlen vor den Maßnahmen

- |       |   |                    |       |      |
|-------|---|--------------------|-------|------|
| ▪ 183 | GW < 150 Standtage  | Wertberichtigungen | - 193 | TEUR |
| ▪ 81  | GW > 150 Standtage  | Wertberichtigungen | - 72  | TEUR |
| ▪ 77  | GW > 330 Standtage  | Wertberichtigungen | - 201 | TEUR |
| ▪     | Bruttoerträge inkl. Wertberichtigungen gesamt (01.01. – 31.08.) |                    | 3     | TEUR |

##### Ergebnisse Verkaufsleistung nach 20 Tagen

- |      |                    |                                   |       |      |
|------|--------------------|-----------------------------------|-------|------|
| ▪ 4  | GW > 330 Standtage | Bruttoerträge (ohne Auflösung WB) | - 0,5 | TEUR |
| ▪ 5  | GW > 150 Standtage | Bruttoerträge (ohne Auflösung WB) | - 2,7 | TEUR |
| ▪ 23 | GW < 150 Standtage | Bruttoerträge (ohne Auflösung WB) | 20,1  | TEUR |

##### Branche: Automobilhandel

